

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Dessert* atau hidangan penutup merupakan hidangan yang disajikan setelah hidangan utama. Hidangan penutup juga biasa disebut dengan istilah pencuci mulut dan biasanya mempunyai rasa manis dan menyegarkan (Andrianti dkk., 2014). Konsumsi *dessert* sekarang ini tidak hanya terbatas setelah mengkonsumsi hidangan utama, tetapi juga dapat dikonsumsi sebagai cemilan dll.

Di era globalisasi sekarang ini, sudah banyak makanan khas negara lain yang mendapat respon positif oleh masyarakat Indonesia, seperti *panna cotta* yang merupakan salah satu *dessert* khas Italia. Dalam bahasa Italia, *panna* berarti krim dan *cotta* berarti masak sehingga *panna cotta* memiliki arti yaitu krim yang dimasak (Khazanahar dkk., 2018). *Panna cotta* dibuat menggunakan bahan utama berupa krim dan susu yang dimasak bersama bahan lain seperti gelatin dan gula, serta disajikan dalam keadaan dingin (Handani dkk., 2016). Umumnya, susu yang digunakan untuk membuat *panna cotta* adalah susu hewani seperti susu sapi, namun untuk meningkatkan konsumsi bahan pangan nabati dapat digunakan kacang kedelai yang diolah menjadi susu kedelai. *Panna cotta* dengan bahan baku susu kedelai tetap ditambahkan dengan *whipping cream* sehingga diperoleh tekstur *panna cotta* yang lembut dengan rasa yang *creamy*.

Susu kedelai merupakan hasil ekstraksi dari kacang kedelai sehingga menghasilkan cairan yang berwarna putih kekuningan. Susu kedelai memiliki keunggulan dibandingkan dengan susu sapi yaitu proses pembuatannya mudah dan dapat dikonsumsi oleh konsumen yang tidak dapat mencerna laktosa (*lactose intolerant*). Kadar protein susu kedelai hampir sama seperti

susu sapi yaitu sebesar 3,5-4% (Christian dan Yuliani, 2017; Nirmagustina dan Rani, 2013).

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada 136 responden dengan rentang usia kurang dari 17 tahun sampai di atas 28 tahun mengenai pemilihan *topping* yang diminati konsumen serta kisaran harga jual yang sesuai diperoleh bahwa 89% responden tertarik untuk membeli produk tersebut dan memilih *topping* saus karamel sebanyak 35,3%. *Panna cotta* yang akan diproduksi berpeluang dijual dengan harga Rp 12.000,00/cup yang disetujui oleh 63,2% responden.

Nama produk *panna cotta* yang ditawarkan adalah “Pannadele” yang memiliki arti secara harafiah yaitu *panna cotta* susu kedelai. Produk tersebut akan dikemas ke dalam cup plastik dengan kapasitas 100 mL dengan isi sebanyak 80 mL (77 g) sehingga mudah dibawa dan diberi pilihan *topping* berupa saus karamel yang diletakan pada cup plastik kapasitas 25 mL. Di Italia yang merupakan negara asalnya, *panna cotta* sering disajikan dengan *topping* saus karamel.

Keunggulan produk “Pannadele” adalah bahan baku yang digunakan yang memiliki kadar lemak jenuh rendah dan protein yang tinggi. Produk “Pannadele” ini dibuat dengan menggunakan bahan baku pilihan dengan kualitas tinggi, dan diproses secara higienis sehingga aman untuk dikonsumsi. Kapasitas produksi “Pannadele” adalah sebanyak 120 cup/hari dengan harga jual Rp 12.000,00/cup.

Strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah promosi melalui media sosial seperti *LINE* dan *Instagram*. Target pasar yang dituju adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas pada berbagai golongan usia (anak-anak hingga orang dewasa).

## **1.2. Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan produksi dan analisa kelayakan produk “Pannadele” dengan kapasitas 120 cup/hari.
2. Melakukan evaluasi terhadap penjualan produk “Pannadele”.